



Importación de antirradar de velocidad para vehículos del área metropolitana.

CMC ELECTRONIC LTDA.
DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR
AGOSTO 1 DE 2011



IMPORTACIÓN DE ANTIRRADAR DE VELOCIDAD PARA VEHÍCULOS DEL ÁREA METROPOLITANA.

Plan de negocios



**CMC ELECTRONIC LTDA.
Departamento de comercio Exterior
Medellín, Agosto, 2011**



El uso de esta plantilla esta limitado a los estudiantes autorizados Catalina Sossa Urrego, Alejandra Moreno Ruiz, y Camilo Botero que actualmente están realizando un plan de negocios para la institución universitaria Esumer. Para su modificación y reproducción se debe tener previa autorización de los estudiantes.

IMPORTACION DE ANTIRRADARES DE VELOCIDAD PARA VEHICULOS DEL AREA METROPOLITANA

Contenido – Plan de negocios

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACION SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIO

3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión de la Empresa
- 3.4. Objetivo a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventaja Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema q se requiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
 - 3.9.1. Análisis del entorno
 - 3.9.2. Sector comercial
- 3.10. Conocimiento para entrar en el negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de mercadeo
- 4.2. Descripción del portafolio de bienes y/o servicios
- 4.3. El mercado meta de los bienes y/o servicios
 - 4.3.1. El mercado meta
 - 4.3.2. Objetivos del estudio del mercado consumidor
- 4.4. El mercado proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del mercado proveedor
- 4.4. El mercado competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Variables estudiadas del mercado competidor
- 4.6. El mercado distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros
 - 4.6.3. Manejo de inventarios
 - 4.6.4. Comunicación
 - 4.6.5. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los precios de los productos

- 4.7.3. Política de precios
- 4.8. Costos asociados a las actividades de comercialización
- 4.9. Riesgos y oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TECNICOS (ANALISIS DE LA PRODUCCION)

- 5.1. Objetivo de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Plan de producción
- 5.4. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.4.1. Locaciones
 - 5.4.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres
 - 5.4.3. Requerimientos de materiales e insumos
 - 5.4.4. Requerimientos de servicios
 - 5.4.5. Requerimientos de personal

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos propios
- 8.2. Ingresos y egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1. Ingresos propios del negocio
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos
 - 8.2.2.4. Gastos de financiación
- 8.3. Estados financieros proyectados
 - 8.3.1. Flujo de caja
 - 8.3.2. Estado de pérdidas y ganancias (estado de resultados)
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor presente neto y Tasa interna de retorno
 - 8.4.2. Análisis de sensibilidad (variación de demanda)
 - 8.4.3. Análisis de sensibilidad (variación de precio)

RESUMEN EJECUTIVO

CMC ELECTRONIC LTDA; Es una empresa dedicada a la importación de antirradar de velocidad para el sector automotriz, fundada y radicada en la ciudad de Medellín por tres socios que luego de una exhausta investigación y de estudiar diferentes tipos de mercado encontraron una oportunidad de negocio al importar dicho producto puesto que ayuda en gran parte a la disminución del nivel de accidentes en el área metropolitana.

Es un producto con diferentes características y puede prestar varios tipos de servicios, entre los cuales esta sino, tal vez el más importante, la detección del límite de velocidad cuando se excede, programable según las normas establecidas por los organismos de tránsito de cada ciudad o país, en segundo lugar está la detección de cámaras de foto multas y pistolas de velocidad, pues esta indirectamente contribuye al mejoramiento de la cultura de tránsito ya que al detectar las cámaras los conductores se previenen de cometer cualquier infracción consiguiendo así un mejor cumplimiento de las normas de tránsito; como valor agregado a esto cumple la función de dar un mejor sentido de ubicación por medio del GPS, ya que le permite al usuario por medio de un mapa digital mirar donde se encuentra ubicado mostrándole varias opciones de rutas para llegar a su destino final.

El producto está dirigido a los conductores que estén a la vanguardia con la tecnología, que quieran obtener un nivel de seguridad más alta al conducir; implementar en su diario vivir que les permita tener una ubicación más exacta en el área metropolitana obteniendo así una mejor movilidad y un grado más alto de prudencia, estos consumidores se encuentran en un rango de 18 a 45 años de edad en su mayoría hombres con un nivel de educación básica-media-alta; y un nivel de ingresos medio-alto.

El canal de distribución que se utilizara es el de IMPORTADOR-MINORISTA-COSUMIDOR; con la utilización de este canal podremos llegar directamente a un mercado importante para la distribución del producto como lo son los detallistas o minoristas que son los encargados de vender el antirradar de velocidad al consumidor final.

Estos son principalmente tiendas y centros especializados en audio, seguridad, lujos y accesorios para vehículos, es el último eslabón del canal de distribución, es el que está en contacto directo con el mercado.

Se consideran importantes para dar a conocer el producto ya que son capaces de influir en las ventas y resultados finales del producto que se quiere comercializar.

Para que este producto tenga éxito se tendrá que dar a conocer, para ello se utilizaran diferentes medios publicitarios:

La creación de una página web, también redes sociales en las cuales se dará la información necesaria para que las personas conozcan el producto y el lugar donde lo pueden adquirir y por último se pautara en revistas especializadas en el sector automotriz.

El proyecto se financiaría en una tercera parte por aporte de capital de cada uno de los socios gestores, el capital restante se financiara mediante bancos y un staff de inversionistas interesados en el proyecto.

Es un proyecto de alto impacto social puesto que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida y por ende al bienestar de la ciudadanía en diferentes niveles pues en forma integral esta previniendo muertes al reducir el índice de accidentalidad, elevando la cultura vial con el mayor cumplimiento de las normas de transito, contribuyendo así a una mejor convivencia y un mejor orden ciudadano.

1.

INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Catalina Sossa Urrego						
Identificación:	1.037.582.846	Teléfono:	597-36-65	Celular:	301-404-40-24	
Dirección:	Carrera 46 B #43 Sur 20	Barrio:	Alcalá			
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	catica1017mmm@hotmail.com			
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios		
Otros Estudios:	Inglés 5 Niveles (EAFIT)					
Mónica Alejandra Moreno Ruiz						
Identificación:	1.017.138.803	Teléfono:	284-78-00	Celular:	301-617-91-88	
Dirección:	Carrera 45 # 64-33	Barrio:	La Mansión			
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	alemoreno1009@hotmail.com			

		róni co:				
Estudios:	Técnicos	Tecnológic os	X	Universitari os		
Otros Estudios:						
Camilo Botero						
Identificación:	1036612976	Telé fono :	5967670	Celu lar:	320-788-70-0 2	
Dirección:	Calle 44 sur # 46 b 87	Bar rio:	Milán			
Ciudad	Medellín	Cor reo elect róni co:	camibot@h otmail.com			
Estudios:	Técnicos	Tecnológic os	X	Universitari os		
Otros Estudios:						

PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El propósito fundamental de este plan de negocios es brindarnos conocimiento mediante la creación de este plan de negocios ; dándonos a conocer muchas herramientas que a lo largo de la carrera hemos adquirido y complementarlas con la realización de este y al fin llegar hacer el trabajo de grado; además como es un proyecto muy viable se podría desarrollar el negocio negociando con nuevos inversionistas ya que requiere un inversión muy alta y que para nosotros como estudiantes no quedaría muy difícil invertir el capital en este

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

CMC ELECTRONIC

3.2 Descripción de la Empresa

Se desean importar antirradar de velocidad de Estados unidos ya que esta tecnología está muy desarrollada en este país, con el fin de ofrecer un ahorro de dinero a los conductores y propietarios de vehículos que adquieran el producto.

Estos antirradar proporcionarán a los compradores avisarles la existencia de las cámaras aproximadamente 300 metros antes, dándole la oportunidad al conductor de reaccionar antes de pasar por el lugar donde se encuentra ubicada la cámara.

3.3 Misión de la Empresa

Somos una empresa importadora de antirradares de velocidad para el sector automotriz, comprometidos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes ofreciendo productos de calidad al mejor costo-beneficio.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

- Determinar la viabilidad de la importación y distribución de antirradares de velocidad en el mercado nacional.

- Investigar cuales son los costos, la inversión y la proyección de los ingresos, para llevar a cabo el proyecto.
- Diseñar una estrategia para concientizar tanto a los almacenes de cadena, a los de repuestos y a las personas del común los beneficios que trae la utilización del antirradar.
- Comprobar si el mercado si tiene la necesidad de este producto.
- Establecer la relación beneficio-costo de adquirir el antirradar.
- Determinar la viabilidad de la instalación del antirradar desde el punto de vista legal.

3.5 Ventajas Competitivas

El antirradar de velocidad es un equipo detector que básicamente es un radio receptor de microondas. Es un dispositivo usado para detectar las cámaras de foto multa e incluso puede detectar pistolas de radar para medir la velocidad de conducción.

Este es el antirradar básico, el que se importara tiene una tecnología más avanzada ya que cuenta con GPS, Infrarrojo, detecta las cámaras y pistolas a 300 metros, y tiene un sensor que indica al conductor por medio un sonido que no va a la velocidad adecuada.

En el momento de distribución del producto se le brindara al cliente la asesoría necesaria en cuento a su instalación, manejo y utilización de este. Al igual se dará una garantía de 1 año por daños electrónicos o defectos de fábrica.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

La Organización Mundial de la Salud ha señalado la accidentalidad automovilística como una de Las principales tragedias de nuestra sociedad.

Debido a esto, se unió con el Banco Mundial, para realizar un estudio el cual arroja que los accidentes de tránsito aparecen como la séptima causa de muerte en el planeta. “La perspectiva para el año 2030 es que ascienda al quinto puesto. Esta “epidemia” es la primera causa de muerte de las personas menores de 40 años a escala mundial.”

La accidentalidad vial en Medellín es un problema actual. El parque automotor de Medellín crece cada día más y de forma acelerada, sobrepasando la capacidad que tiene la ciudad en cuanto número de automóviles se refiere, aumentando la posibilidad de siniestros en las vías.

Para este año se tiene previsto la venta de más de medio millón de motos en todo el país y unos 250 mil vehículos.

PARQUE AUTOMOTOR DE MEDELLÍN: en la ciudad de Medellín circulan aproximadamente 354 mil vehículos, de

los cuales

40% están matriculados en Medellín

20% en envigado

10% en Itagüí

10% bello

el restante 20% se distribuye en los otros municipios de Antioquia, sin contar el porcentaje vehicular proveniente de otras regiones de Colombia

Otro factor que angustia a la ciudadanía es el uso de las cámaras de foto multa como un medio que vigila y controla las infracciones automovilísticas en el área metropolitana.

Estas multas han generado inconformidades en la ciudadanía; puesto que falta información y señalización por parte de las autoridades competentes, y este desconocimiento crea un incremento en las infracciones.

En los primeros cuatro meses del funcionamiento de la foto-multa por la Secretaría de Tránsito de Medellín, han sido sancionados por este mecanismo un total de 730 conductores.

“Según los registros de las autoridades, los conductores de vehículos de servicio público han recibido 645 sanciones, en tanto que los particulares han recibido 82 multas, lo cual ha sido posible con el monitoreo que se ejerce desde el Centro de Control de Tránsito”

El valor de las foto multas oscila entre 380 y 420 mil pesos. Los puntos en los cuales se encuentran ubicadas las cámaras en el área metropolitana serán nombrados a continuación:

- Carrera 80 con La Villa,
- Calle 33 con Carrera 76 (bomba almendros),
- Carrera 80 con Calle 26 (Cooperativa del Consumo),
- Calle 33 con Carrera 65,

- Calle 10 con Avenida El Poblado (Parque El Poblado),
- Avenida El Poblado con Calle 7 (Clínica Medellín),
- Avenida El Poblado con Cll1 (San Fernando Plaza),
- Carrera 80 con Calle 55 (Mall Mediterráneo),
- Carrera 50FF con Calle 12 Sur (Avenida Aguacatala hacia la FLA),
- Avenida Las Vegas con Calle 10 (Centro Comercial Monterrey),
- Calle 33 con Carrera 65D (Canalización),
- Glorieta Exposiciones (Costado oriental de la glorieta),
- Glorieta La Aguacatala, Carrera 80 con Calle 65 (Éxito Robledo),
- Carabobo norte, jardín botánico,
- En la esquina del parque explora,
- Carrera 45 con Calle 79 (Comfama la 45) ,
- Calle 66 con Carrera 45 Palos Verdes (Al lado de la estación de servicio),
- Autopista Norte,
- Secretaría de tránsito En el separador de ambos carriles, antes del puente peatonal (De sur a norte),
- Cruce Av. Regional con Autopista (Entrada a Carlos E Restrepo desde la Universidad Nacional),
- Calle 44 con Carrera 45 (San Juan con El Palo),
- Carrera 46 con Calle 57 (Avenida Oriental, Esquina nororiental),
- Carrera 46 con Calle 54 (Avenida Oriental en la Clínica Medellín. Esquina Suroccidental),
- Glorieta San Diego (Costado oriental de la glorieta),
- Carrera 50 con Calle 25 (Comfenalco Avenida Guayabal),
- Carrera 46 con Calle 41 (Avenida Oriental con Los Huesos),
- Calle 5S con Carrera 35 (Loma Los González),Cll 44 con Carrera 92 (Cámara en el poste del separador de la avenida San Juan con Carrera 92 - Santa Mónica),
- Calle 35 con Carrera 84, Av. Guayabal con Calle 2 Sur, Calle 10 con Carrera 35 (Hotel Diez),
- Calle 50 con Carrera 52 (Colombia con Carabobo),
- Carrera 32 con Calle 53 (Colegio La Salle),
- Salida de San Fernando Plaza,
- Avenida El Poblado / La Frontera,
- Avenida El Poblado con Calle 25S (La Salle Envigado),
- Punto cero (En la bajada sur del puente Coca Cola),
- Carrera 55 con Calle 50, Carrera 25 con Cl 12 Sur (La Superior con los Balsos),
- Glorieta de Santa Gema (Av.80 con Carrera 33),

- Circular 47B con Transversal 39B,
- Carrera 43 con Calle 59 (Parque del periodista),
- Calle 29 con Carrera 44 (Premium Plaza),
- Calle 33 (37) con la Carrera 52,
- Carrea 43A (Av. El Poblado) con la calle 34,
- Calle 30 con la Carrera 55 (Poste semáforo donde termina estación metroplus),
- Avenida Las Vegas – EAFIT (Cerca del semáforo peatonal),
- AV 43A (Av. El Poblado) con la Calle 5 Sur (Poste Esquina Hard Rock Café),
- Calle 33 Con la Carrera 65D (Esquina Bomba Esso (Donde está la valla publicitaria),
- Universidad De San Buenaventura (Carrera 56C Medellín),
- Carrera 76 con Calle 31 (Parque de Belén),
- Calle 77S con Carrera 48 (Las vegas, antigua bombonera),
- Carrera 65 con Calle 80, Carrera 70 con Calle 44 (San Juan con la 70),
- Cr 46 con calle 87, Cámara ubicada en el barrio las Esmeraldas,
- Carrera 50FF con Calle 12S,
- Carrera 65 con Calle 4,
- San Juan con la 65, Carrera 65 con Calle 25,
- Calle 58 con Carrera 48 Avenida oriental, llegando a Villanueva (Separador Central),
- Carrera 46 con Calle 52 Avenida Oriental con la playa,
- Carrera 46 con Calle 49 Avenida oriental con Ayacucho,
- Carrera 46 con calle 47 Avenida Oriental, al lado del éxito de san Antonio, esquina nororiental,
- Carrera 65 con Avenida bolivariana,
- Carrera 76 con Calle 80 Gran vía,
- Calle 67 coca cola, Centro Cultural Moravia (Sector 4 Bocas).

3.7 Relación de productos y/o servicios

El antirradar de velocidad es un producto nuevo en el mercado que satisface una cantidad de necesidades tales como:

Disminución del nivel de accidentalidad de la zona urbana.

Brinda seguridad a la ciudadanía ya que ofrece a los conductores a manejar de una manera más prudente.

Respetar las normas de tránsito de esta forma se reducirá el nivel de accidentes tanto en la ciudad como en carreteras

Disminuir el nivel de multas incrementado por la utilización de las cámaras y brinda una ubicación exacta a los conductores gracias al valor agregado que maneja como es el GPS

3.8 Justificación del Negocio

Un antirradar de velocidad es básicamente un radio receptor de microondas. Es un dispositivo usado para detectar cámaras de foto multa, pistolas de velocidad con el fin de medir la velocidad a la cual va el automóvil.

Con el uso de este dispositivo en los vehículos; primero se lograra que el nivel de accidentalidad se reduzca, debido a que el detector hace un sonido o se enciende una luz intermitente en el momento en que percibe la entrada de una señal sobre unas específicas frecuencias; llevando a si a que el conductor tenga precaución a la hora de cometer la infracción; es decir; disminuye la velocidad a tiempo, no hace giros prohibidos, respeta el semáforo tanto peatonal como vehicular; y así muchas otros factores que influyen en el momento de cometer la imprudencia y como consecuencia un accidente.

Segundo para los conductores, gastar dinero es común en el día a día. Sin embargo, tener multas regularmente llega a ser algo muy caro; no solamente son costosas si no que las multas reiteradas incrementa el costo de su seguro.

3.9 Análisis del entorno y del sector

3.9.1 Análisis del entorno

Colombia

ECONOMIA:

La economía de Colombia es la cuarta más grande de América Latina tras las de Brasil, México y Argentina según el FMI.

El Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia para el año de 2010 creció 4,3% y 4,6% en el último trimestre del año 2009. El mayor avance de la economía en el 2010 se dio en el sector de minas y canteras que creció 11,1%, manteniendo el ritmo que traía desde el 2009, gracias al ingreso de nuevos capitales. En los primeros dos meses del año 2010 ingresaron al país inversiones por US\$2.189 millones, de los cuales US\$1.967 correspondieron al sector petrolero y minero.

Asimismo, tuvo un gran repunte el sector de servicios (comercio, reparación, restaurantes y hoteles), que pasó de cifras negativas en 2008, a un crecimiento de 6,0% el año 2009. Logró revertir también un comportamiento negativo la industria, que en 2009 decreció 3,9% y el año 2008 registró cifras positivas con un aumento de 4,9%.

La distribución por actividad económica fue; Agricultura (1,1%), Exportación de minas (14,9%), Industrias manufactureras (8,4%), Suministro de electricidad (3,3%), Comercio (5,4%), Establecimientos financieros (3,2%).

Para todo el año 2010 el desempleo cerró en 11,8 por ciento, en el 2009 el desempleo nacional fue de 12 por ciento frente a 11,3 por ciento registrado entre enero y diciembre de 2008. Para las 13 áreas metropolitanas, la tasa de desempleo promedio se ubicó en 13 por ciento, superior en 1,5 puntos porcentuales a la registrada en el mismo período del año anterior que había sido de 11,5 por ciento.

Las cifras a final de marzo de 2010 indican que la tasa de desempleo abierto para el total nacional se ubicó en 11,8 por ciento. Del lado positivo, este dato refleja una leve caída frente al mismo mes del año anterior en un período de estancamiento de la economía colombiana.

Además, permite afirmar que el desempleo en 2009 y 2010 de desaceleración de la economía no se incrementó significativamente como resultado de la crisis financiera internacional, gracias a que la economía colombiana no se vio tan afectada como los países más avanzados.#

#

En cuanto a las importaciones colombianas en lo que va corrido del año de 2011, las han presentado un aumento de 41,4%, al pasar de US\$18.296,9 millones CIF a US\$25.879,5 millones CIF.

Las compras externas de vehículos y sus partes, registraron un crecimiento de 79,1%, al pasar de US\$1.628,9 millones en los seis primeros meses de 2010 a US\$2.918,0 millones en igual período de 2011.

Durante los seis primeros meses de 2011, las compras externas de productos originarios de Estados Unidos aumentaron 41,8%.

En los primeros seis meses de 2011, la balanza comercial colombiana registró un

superávit de US\$2.202,5 millones FOB. Los mayores superávit se registraron con Estados Unidos, Países Bajos, Chile, Ecuador, y Venezuela. El déficit más alto se presentó con México, China, Argentina y Alemania. Según un reporte del estatal Departamento de Estadística (Dane).

Uno de los factores determinantes en la logística de oportunidades para el desarrollo del Comercio Internacional es el marco comercial y normativo, en el que el Ministerio de Comercio Industria y turismo tiene puestas todas sus baterías, para el desarrollo y aprobación de Nuevos Tratados de Libre Comercio (TLC) con diferentes países y regiones del Planeta.

De tal forma que mediante estos acuerdos comerciales de beneficio mutuo, se abren nuevos canales de oportunidad y se amplían los mercados con cero aranceles, brindando al empresario colombiano alternativas nuevas de mercado y Competitividad.#

#

POLITICA:

La Política de Colombia.

Uno de los aspectos que ha caracterizado a Colombia a lo largo de su historia ha sido el bipartidismo, siendo de los pocos países latinoamericanos donde el Partido Liberal y el Partido Conservador, sobrevivieron como agrupaciones hegemónicas hasta siglo XX y siendo junto con Honduras (en el caso de los liberales) que tienen preponderancia en el siglo XXI, desde el acceso a la presidencia del independiente de los dos grandes partidos. La historia Colombiana también se ha caracterizado por el radicalismo político que ha desencadenado numerosas conflictos armados internos, guerras civiles que incluso conllevaron a la separación de Panamá. Durante principios del siglo XX luego del final de la guerra de los mil días, los ideales comunistas tomaron fuerza y se radicaron en el ala radical del partido liberal y también conllevo a la creación del Partido Comunista colombiano y otros partidos. Sin embargo, este y los demás partidos de izquierda siempre fueron minoritarios. Más recientemente, la socialdemocracia logra verse como una segunda opción de poder con el Polo Democrático Alternativo y surge el uribismo en la derecha, principalmente con el Partido de la U que se ha convertido en el partido más grande del país.# http://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_de_Colombia

#

SOCIAL:

Desde el 2001 hasta 2011, el mercado de automóviles en Colombia ha tenido un cambio radical. En 2001, comprar el vehículo más barato del mercado le implicaba a un colombiano el gasto de 74,5 salarios mínimos mensuales. En el 2011, este vehículo se consigue por 50,8 salarios mínimos mensuales, lo que demuestra la reducción en una tercera parte del costo de adquirir el vehículo.

El país aún está lejos de tener un nivel alto de vehículos por número de habitantes; pero se están dando cambios en el mercado que demuestran que en el 2001, la edad promedio del parque automotor del país era de 20 años y hoy alcanza los 14 años.

En la actualidad, hay cinco tendencias que definen el nuevo consumidor colombiano de vehículos: mayor poder de compra; clientes más informados y exigentes; más mujeres

comprando o decidiendo sobre los vehículos; consumidores más conscientes del factor ambiental y jóvenes ingresando al mercado.

El consumidor colombiano no solo se destaca por tener mayor capacidad de compra sino también por tener una buena disponibilidad de crédito; estos consumidores a su vez están perdiendo el miedo a adquirir un bien durable como es un vehículo, a raíz de la confianza que se vive en la economía colombiana y esta es una tendencia que se va a mantener.

El consumo de las mujeres, además, ha llevado a que los fabricantes de carros se esmeren por un diseño interior que llene sus expectativas. También ha incrementado la presencia de mujeres en cuanto a la compra de vehículos. Esta es una tendencia mundial y se ve con claridad en Colombia.

La rápida respuesta de las marcas a las nuevas tendencias de consumidor está generando una dinámica de ventas muy importante, que sin duda llevará a un crecimiento sostenido de este mercado.

Tecnológico

La ciencia y la tecnología son desarrolladas principalmente por universidades colombianas privadas y de carácter estatal bajo el auspicio del gobierno colombiano a través del Departamento Administrativo de la Ciencia y la Tecnología, Colciencias Colombia no invierte lo suficiente en ciencia y tecnología para que haga un impacto significativo en la economía.

3.9.2 Sector Comercial.

El sector comercial representa la principal fuente de empleos en la economía local. El sector se ha diversificado y ha adquirido nuevas tendencias para lograr un desarrollo económico, integrado y acelerado; capaz de propiciar un aumento en el número de empleos creados. Este sector da prioridad al desarrollo de una nueva visión donde se amplían los incentivos a los pequeños y medianos empresarios con facilidades y recursos para fomentar la labor de servicios.

La industria automotriz representa el 6,2% del PIB, emplea cerca del 2,5% de la población ocupada y ubica a Colombia como el quinto productor de automóviles en Latinoamérica.

La industria automotriz colombiana cuenta con un parque local cercano a las cinco millones de unidades, además tiene acuerdos comerciales que le proveen acceso preferencial a un mercado automotor regional ampliado de 34 millones de vehículos (México, 28 millones de unidades; Chile, 3 millones de unidades; Perú, 1,5 millones de unidades y Ecuador 1,1 millones de unidades).

La industria ha mostrado una dinámica positiva en los últimos seis años, con una tasa de crecimiento promedio anual de 11%. En total Colombia produjo en el año 2008 116 unidades aproximadamente, cifra que se redujo a 88 mil unidades en el 2009. las ventas

de vehículos en el país ascendieron a 245 mil unidades en 2008 y 185 mil para el cierre de 2009; y en los últimos siete años el consumo aparente de vehículos se incremento casi en 100% pasando de 90.392 unidades a 180.472 unidades.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para la idea de negocio se deben tener unos conocimientos previos en los que se incorporan la información del sector al cual nos vamos a dirigir, posibles mercados en los cuales el negocio es rentable y de estos seleccionar el más beneficioso, y con este hay unas variables a tener en cuenta como son las internas y las externas en las cuales están incluidas los aspectos político, económicos, legales, culturales y sociales.

Con la información obtenida y con un nuevo estudio se mira cual será la documentación a necesitar, que requisitos de ingreso se necesita para el producto, que acuerdos y restricciones se tiene con el país de donde se va a importar.

Cuando se tiene claro esto se procede a mirar la forma de distribución (directa indirecta), tipo de embalaje, tipo de transporte.

Para esta idea de negocio también colocamos en práctica todos los conocimientos adquiridos en el transcurso de nuestra formación como universitarios como los conocimientos de importación, de mercadeo internacional, logística de distribución física.

4.

ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

- Lograr un posicionamiento del producto en los próximos 10 meses, en los principales almacenes de cadena y en los principales talleres de high performance de algunas ciudades como Bogotá y Cali, y para los próximos 2 años ser vendido a nivel local y nacional.
- Lograr un volumen de ventas de 500 antirradar por mes en los próximos 8 meses en Medellín, atendiendo la demanda de la población local y de esta forma incrementar año tras año la venta del producto.
- Aumentar nuestro portafolio de clientes y lograr su idealización.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

El antirradar de velocidad es un producto de consumo final.

Con la importación de este producto satisfacemos la necesidad que se ha generado en los últimos años que es el incremento del nivel de accidentalidad automovilístico debido a varios factores uno de ellos el exceso de velocidad, las imprudencias y el conducir bajos los efectos del alcohol.

Este producto brinda seguridad a la ciudadanía ya que obliga a los conductores a manejar de una manera más prudente y a respetar las normas de transito de esta forma se reducirá el nivel de accidentes tanto en la ciudad como en carreteras, a esto le anexamos que el producto también cuenta con un valor agregado que es el GPS que permite una mejor ubicación de la ciudadanía.

Dentro de portafolio de bienes se podrán encontrar dos referencias las cuales están compuestas por:

Antirradar GX65 es el más sofisticado radar de laser, tiene una base de datos de cámara de seguridad y un software operativo que puede actualizarse a través de un sitio web. Es fácil de usar, maneja controles y opciones de pantalla de alta definición.

Otra referencia que se va a manejar es el Vector 995, es un controlador económico, tiene un sensor láser protección Digital "POP" Radar alerta, pantalla de alta definición y también detecta falsas alarmas

Se pueden encontrar de color negro o gris, su tamaño es aproximadamente de 10 cm x 10 cm

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

PARQUE AUTOMOTOR AREA METROPOLITANA.

**Tipos de servicio vehículo
Número de vehículos 2010**

Particular
177.009

Autobuses
62.843

Taxis
17.799

Camiones
14.748

**Total vehículos
272.399**

El mercado meta al que estaremos enfocados será el parque automotor particular ya que ocupa un alto porcentaje de la totalidad de automóviles que hay en el área metropolitana, se llegara a este mercado por medio de campañas publicitarias dirigidas a este sector, la campaña tendrá como fin enterar tanto a los conductores particulares como a los conductores de los otros tipos de servicios de las propiedades y beneficios del antirradar.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

El antirradar de velocidad es un producto nuevo en el mercado colombiano, está diseñado para detectar las cámaras de foto multa, para avisar al conductor cuando va en exceso de velocidad, también cumple la función de ubicar correctamente al ciudadano por medio del GPS.

La necesidad de la implementación de este aparato en los vehículos la ha creado la misma ciudadanía; ya que desde que se impuso la foto multa como un medio para cobrar una infracción la población está en descontento. Para conocer la opinión de la gente se realizo una encuesta a una cantidad de conductores de diferentes medios de transporte (particular, taxi, buses y carros de carga pesada); la mayoría coincide en que este método para multar a la ciudadanía es una violación a la privacidad y que no debería ser usado de esta manera.

Y esta necesidad también la ha creado a accidentalidad de tránsito en Antioquia y Medellín ya que es la más alta del país. En lo que interesa -que son las personas Antioquia tuvo 5.109 personas con lesiones no fatales en el 2010, 400 más que el Valle del Cauca y 2 mil más que Bogotá (que tiene más población y más vehículos). En el mismo año murieron 798 personas en accidentes de tránsito, un poco más que en el Valle y 250 más que en Bogotá. Los antioqueños son pioneros en los rangos de la criminalidad culposa al volante. Sólo el municipio de Medellín sin contar el área metropolitana puso más muertos (295) que el departamento de Santander y el doble de heridos (2.528) que el departamento del Atlántico.

Estas estadísticas son aterradoras, y por esta razón el antirradar de velocidad no solo será un ahorro para los conductores en cuanto al tema de las multas, sino que también será un método de concientización y aprendizaje para cada una de las personas que van al volante convirtiéndolos en personas más responsables de sus actos y más prudentes en el momento de conducir.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

Se realizó una investigación por medio de internet, revistas, estadísticas del tránsito.

c) Aplicación de los Medios

Revistas:

- Revista Automotriz, Maxi Tuning, F1 Racing, Car & Driver, Auto Bild.
- Se consultó en estas revistas las características, tamaño colores, precios, sitios de venta y de comercialización.
- A lo largo del desarrollo del proyecto.

Estadísticas del tránsito:

- En la página del tránsito de Medellín se encontraron datos como el parque

automotor del área metropolitana, el nivel de accidentalidad, el total de las cámaras implementadas.

d) Resultados del estudio de los consumidores.

El tipo de consumidor al que se está dirigido son a los distribuidores. Estos podrán encontrar el producto en la oficina principal; se ofrecerá el servicio a domicilio pensando siempre en la comodidad del cliente se tendrá un plazo de pago máximo de 30 días teniendo previamente tres referencias comerciales y según su comportamiento se dará el crédito o si no será de contado. Estos productos estarán respaldados por una garantía de un año y se podrán adquirir en cualquier época del año.

Clientes potenciales.

El producto está dirigido a los conductores que estén a la vanguardia con la tecnología, que quieran obtener un nivel de seguridad más alta al conducir; implementar en su diario vivir que les permita tener una ubicación más exacta en el área metropolitana obteniendo así una mejor movilización y un grado más alto de prudencia, estos consumidores se encuentran en un rango de 18 a 45 años de edad en su mayoría hombres con un nivel de educación básica-media-alta; y un nivel de ingresos medio-alto.

La ubicación para la distribución de estos productos será en Colombia-Antioquia-Medellín-Poblado - Centro automotriz.

Decisión de compra

Al tener conocimiento acerca de las necesidades de los conductores de automóvil en cuanto al cobro por parte del tránsito por medio de las foto multas y teniendo también en cuenta el nivel de accidentalidad automovilística en los últimos años; se ha tomado la decisión de importar el antirradar de velocidad.

El tema de la accidentalidad de tránsito es alarmante en los últimos años; se han incrementado el número de siniestros tanto en automóviles como en motocicletas. Según las estadísticas dadas a conocer por el Fondo de Prevención Vial hay un incremento de accidentes en la temporada comprendida entre 1 de diciembre y el 16 de enero de cada año, en promedio se pierden 750 vidas en diferentes tipos de accidentes de tránsito.

Aunque son varias las razones a las que se le atribuyen los accidentes en el área metropolitana, por lo general, son debidos al exceso de velocidad, hacer cruces sin observar, no respetar las normas de tránsito y conducir bajo los efectos de bebidas alcohólicas, entre otros.

Accidentalidad nacional del 1° de diciembre de 2010 al 10 de enero del 2011 comparado con el mismo periodo del año anterior.

Evento	2009 2010	- 2010 -2011	Reducción n %
Accidentes	4.349	2.774	-36.2%
Muertos	700	551	-21.3%
Lesionados	5.313	3.773	-29.0%

El uso de él antirradar de velocidad es un recurso de prevención de todo este tipo de accidentes ya que el exceso de velocidad seria lo primero en atacar, la instalación de este producto lo que hace es concientizar al cliente de la importancia de conducir con prudencia.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Nombre	Datos contacto	Producto	Precio	Política de pago
1. Beltronics	EE.UU. 5442 West Chester Road West Chester, Ohio 45069-2950	Antirradar GX65. Vector 995	\$600.000 \$400.000	Cartas Crédito

2.passport	EE.UU. Reinhart Automotive 3035 Bravo Ct. Orange Park	Passport iq	\$1.700.00	Giro directo
------------	---	-------------	------------	--------------

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor.

Beltronics es una empresa que lleva más de 4 años en el mercado estadounidense dedicado a la fabricación y distribución de las últimas tecnologías utilizadas para los autos entre ellos encontramos los antirradars de velocidad.

Es un proveedor confiable y responsable a la hora de sus despachos.

- Tiempo de entrega
- Puntualidad en el despacho
- Modo de pago
- Confiabilidad

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor.

El estudio se realizo por medio de entrevistas y comentarios escuchados por otros proveedores que ya los conocen y también de clientes que llevan más de 1 año y medio con sus servicios.

c) Aplicación de la Medios

A quien	Como	Donde	cuando
----------------	-------------	--------------	---------------

Anti radar industrias fabricante	Por medio de correo electrónico se solicito la referencia	Desde la oficina principal	En el transcurso del mes de Octubre 2001
--	--	-------------------------------	--

d) Resultados del estudio de los proveedores

Nombr e	Dirección	Producto s	Precios	Forma de pago
Beltron ics	EE.UU. 5442 West Chester Road West Chester, Ohio 45069-2950	Antirradar GX65. Vector 995	\$600.000 \$400.000	Cartas de Crédito

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Nombre del competidor	Ubicación	producto	precio
Tdpower	Medellín, Univentas	V8, Mercury X1.	\$1,500.000
Auto Center Zona Libre S.A.	Panamá, Edificio 43 Local 9 & 10	W-Finder Wireless	\$1.000.000
Neltronics	Estados unidos, Jersey St ,Jolimont	9500 ci A	1.505.050

Amenaza de Nuevos Competidores

Al ser un producto tan nuevo en el mercado nos convierte en una empresa pionera en cuanto a la importación y distribución de este producto en el mercado nacional; nuestra competencia directa es **Tdpower** También es una empresa nueva en el mercado y apenas está incursionando con la venta de los antirradar y nuestra competencia indirecta son todos aquellos talleres de repuestos y almacenes de cadena que se dedican a la comercialización de productos como los GPS.

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Fortalezas:

- El gerente desarrolla bien su autoridad
- Sus instalaciones son lo suficientemente cómodas y confortables para la atención al público

Debilidades:

- No cuentan con un estrategia buena de publicidad y mercadeo

- No tiene precios competitivos
- Existe un ambiente de desanimo entre los empleados
- No cuentan con estrategias definidas para prestar un buen servicio personal al cliente.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Para el estudio de mercado del competidor se tuvieron en cuenta diferentes variables tales como referencias de los clientes atendidos en el lugar, comentarios realizados por los empleados de la empresa y visitas al lugar como si fuéramos un cliente mas.

c) Aplicación de la Medios

A quien	Como	Donde	Cuando
Empleados y clientes de la empresa	Cuestionándolos acerca del servicio prestado	En la sede principal	En el transcurso del mes de octubre 2011

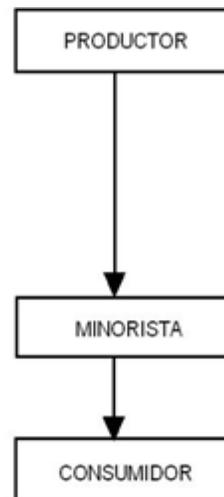
d) Resultados del Estudio de la Competencia

Nombre	Dirección	Productos	Precios	Debilidades
Tdpower	Medellín, Univentas	V8, Mercury X1.	\$1,500.00 0	No manejan inventarios, todo es bajo pedido. Poca publicidad

--	--	--	--	--

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución



El canal de distribución que se utilizara es el de IMPORTADOR-MINORISTA-COSUMIDOR; con la utilización de este canal podremos llegar directamente a un mercado importante para la distribución del producto como lo son los detallistas o minoristas que son los encargados de vender el antirradar de velocidad al consumidor final.

Son el último eslabón del canal de distribución, es el que está en contacto directo con el mercado. Se consideran importantes para dar a conocer el producto ya que son capaces de

influir en las ventas y resultados finales del producto que se quiere comercializar.

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

Este estudio requiere de menos variables que los anteriores, pero no por esto pasa a ser menos importante ya que se deben tener conocimientos claros acerca de quiénes serán los distribuidores del producto.

Se estudio la imagen corporativa, tiempo en el mercado, si os clientes se sienten conformes adquiriendo productos allí, ubicación y condiciones establecidas tanto en el pago como en la entrega.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor.

Para el estudio del mercado del distribuidor se estudio principalmente la posibilidad de entrega eficaz y oportuna del producto ala consumidor; este estudio se realizo a través de 3 etapas:

- Contacto con el distribuidor por vía telefónica
- Visita a la empresa del distribuidor
- Pruebas para el conocimiento del producto, su instalación, su manejo y sus garantías.

c) Aplicación de la Medios

A quien	Como	Donde	Cuando
Área de compras e instalación	Se realizan varias visitas y se da a conocer el producto y sus funciones	En la sede de la empresa	Durante el tiempo que sea requerido

4.6.3 Manejo de Inventarios

La política de manejo de inventarios será la de inventarios por mercancía; es decir, son productos que no necesitan ningún tipo de transformación, esto permite manejar un solo inventario, cuando ingrese la mercancía cada 6 meses y la rotación que se valla teniendo durante sus ventas.

Este inventario permitirá llevar un mejor manejo de la contabilidad y permitirá que de una manera más organizada se lleve un consecutivo de los movimientos internos y externos de la mercancía

4.6.4 Comunicación

1. Antirradar de velocidad: Vector 995 radar detector - GX65's GPS powered.
2. **GX65's GPS powered:** esta empackado en cajas individuales; cada caja con la foto del producto, nombre del fabricante, instrucciones de uso y manejo.



- Multi-Sensor láser de Protección
 - Avanzada AutoScan™ Procesamiento
 - cristalinas alertas de voz
 - Fácil de usar opciones y controles
 - Ultra-Bright pantalla de alta definición
 - Control de brillo con el modo Dark
 - Sistema de Alerta de Seguridad
 - Un año de garantía limitada

Vector 995 radar detector: Viene empacado en caja individual, contramarcada con el nombre del fabricante, usos e indicaciones de manejo.



Todos los radares y cobertura de banda láser

Multi-Sensor láser de Protección

Digital "POP" de radar de alerta

Avanzada AutoScan™ Procesamiento

señal digital (DSP) elimina virtualmente alertas falsas

Clear Voice Digital Audio o alertas

Fácil de usar opciones y controles

7 Características seleccionables

Ultra-Bright pantalla de alta definición

Control de brillo con el modo Dark

Un año de garantía limitada

2 años de plan de servicio extendido

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Se diseñara e implementara una página web para que los clientes obtengas información sin necesidad de dirigirse a punto de venta y de esta forma dar a conocer el producto tanto local como nacional.

En esta página se encontrara claramente el producto que se está ofreciendo con sus respectivas características, registros de calidad, fotos e imágenes de la forma de utilización.

También se implementaran las redes sociales en las cuales se dará la información necesaria para que las personas conozcan el producto y el lugar donde lo pueden adquirir.

La publicidad del producto se implementara en revistas de motor incluyendo un bono para los compradores de las revista con un descuento del 25 % para que lo haga efectivo en los puntos autorizado, vallas alrededor del área metropolitana, promoción en las diferentes cadenas radiales y por ultimo en los lavaderos de autos.

MEDIOS DE PUBLICIDAD	COSTO
Pagina web	\$ 800.000
Revistas	\$ 300.000 mensual
Vallas	\$1.500.000 mensual
Cadenas radiales	\$500.000 mensuales (pauta 3 veces al día)
Lavaderos de carros	\$150.000 mensual

carros de competencia	\$ 500.000 cada competencia
Volantes	\$ 200.000
TOTAL	\$3.950.000

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

- Para a fijación de producto en el mercado es necesario tener en cuenta los costos fijos y costos variables, e l porcentaje de utilidad que se desea, las características de producto, el costo de producto, precio de la competencia.
- También se tendrá en cuenta otros aspectos como los costos en lo que se incurrió en la importación, el valor del dólar y la demanda del producto

4.7.2 Los Precios de los productos

Producto	
Costo Variable	
Utilidad deseada sobre el precio de venta	
Precio venta	
Antirradar GX65	
\$620.000	
\$150.000	
\$770.000	
Antirradar Vector 995	
\$420.000	
\$180.000	
\$600.000	

4.7.3 Política de Precios

Descripción	Descuento %
1. Por volumen: 1 docena	10%
2. Pronto pago	5%
3. Pago antes de la fecha estipulada.	7%

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Descripción	Cantidad	Gastos unitario	Gasto total
Personal de ventas	3 personas	536.000 c/u	1.608.000
mensajería	1 persona	536.000	536.000
Equipos de los puntos de venta(stand y vitrinas)	3 unidades	650.000 c/u	1.950.000
moto	1 unidad	3.600.000	3.600.000
Bolsas logo de la empresa	1 paca- mensual	30.000	30.000
Tarjetas de presentación	1 paca- mensual	80.000	80.000
TOTAL			\$4.564.000

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Nuestro proyecto incurre en varios riesgos como los son:

- El tránsito desmonte la ley de la implementación de cámaras para las multas.
- Los agentes de tránsito y la policía vial desistan de usar medio como pistolas medidoras de velocidad y quiten todas las cámaras de foto multa del área metropolitana.
- Y por último que las entidades encargadas del cumplimiento de las normas de tránsito postulen una ley que prohíba el uso de los detectores de los antirradares de velocidad

4.10 Plan de ventas

Producto	tiempo	Cantidad	Cantidad mensual
Antirradar GX65	20 días	200 antirradares	200 mensuales
Antirradar Vector 995	20 días	300 antirradares	300 mensuales

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- Brindar un servicio oportuno de manera consistente; teniendo presente no cometer errores a lo largo de la cadena tanto de importación como de distribución.

- Disminuir el tiempo de entrega de 20 días, manteniendo la satisfacción del cliente en 90%.

5.2 Descripción del proceso de producción

Actividad	Responsable	Duración	Costo
1. Se solicita cotización al proveedor en el exterior	Importador	Lo que el cliente te demore en contestar máximo 5 días.	No tiene ningún costo.
2. Se envía orden de compra al proveedor en el exterior	Importador		No tiene costo.
3. El proveedor nos envía la factura pro-forma (Es una prefactura entregada por el exportador al importador, con el objetivo de dar a conocer al importador con exactitud el precio que pagará por las mercancías y la forma de pago. Cuando el importador la remite firmada al exportador da aceptación a la misma)	proveedor	De 1 a 2 días.	No tiene costo.
4. Con base a la factura pro-forma realizamos el pago al exterior (reembolso)	Importador	1 día.	Comisión de giro 0.125% mínima de USD30.00 mas IVA.

<p>5. El banco intermediario nos envía el swift que es un documento soporte donde nos indica que la transferencia se realizo satisfactoriamente</p> <p>6. Se hace en registro de importación ante el VUCE.</p>	<p>Banco</p> <p>SIA o agente de aduana.</p>	<p>1 día.</p> <p>1 día.</p>	<p>Costo del mensaje USD20.00 más IVA, liquidado a la tasa representativa.</p> <p>30.000 cada 1800 caracteres.</p>
<p>7. El proveedor en el exterior despacha la mercancía</p>	<p>Proveedor.</p>	<p>3 a 5 días.</p>	<p>Depende del termino de negociación tiene o costos para el importador que va incluida en la factura Pro forma o del exportador.</p>
<p>8. Una vez la mercancía llegue al país, la compañía transportadora elabora el manifiesto de carga para la verificación de esta por parte de la administración de aduanas</p>	<p>Transportadora</p>	<p>Se debe transmitir 48 horas antes de la llegada del buque.</p>	<p>Para el importador no tiene ningún costo todo esto está incluido en el flete.</p>
<p>9. La empresa transportadora nos debe emitir una factura por concepto de liberación de la mercancía para realizar el respectivo traslado a zona aduanera y tener el documento de transporte original</p>	<p>Transportadora</p>	<p>De forma automática a la llegada del buque.</p>	<p>No tiene ningún costo.</p>

<p>10. La Sociedad de intermediación aduanera (SIA) realiza los tramites pertinentes para efectos de nacionalización de la mercancía y nosotros debemos hacerle llegar a ellos los documentos originales de: Mandato especial autorizando a la SIA, documento de transporte endosado (firma y sello representante de la empresa), factura original del exportador deber tener termino y moneda de negociación</p>	<p>La Sociedad de intermediación aduanera.</p>	<p>Durante la nacionalización</p>	<p>Incluida en la tarifa de que cobre la SIA o agencia de aduana que normalmente es el 0.5% del valor de la mercancía.</p>
<p>11. Con todos los documentos la SIA nos envía una liquidación de anticipo para ser cancelada</p>	<p>La Sociedad de intermediación aduanera.</p>	<p>Durante la nacionalización.</p>	<p>Incluida en la tarifa que nos cobra la SIA</p>
<p>12. La SIA realiza la respectiva declaración de importación y se presenta a bancos autorizados donde se cancelan los respectivos tributos aduaneros</p>	<p>La Sociedad de intermediación aduanera.</p>	<p>Durante la nacionalización.</p>	<p>Incluida en la tarifa que nos cobra la SIA</p>
<p>13. Se diligencia declaración andina del valor cuando la mercancía supere los USD 10.000</p>	<p>Importador.</p>	<p>1 hora para el diligenciarlo.</p>	<p>6.000 pesos el formato.</p>
<p>14. Se presenta la declaración de importación junto a los demás documentos en el depósito de aduanas en que se encuentra la mercancía. El empleado del depósito o el funcionario de aduanas que recibe la declaración captura la información en el sistema informático de la aduana.</p>	<p>Importador.</p>	<p>1 día.</p>	<p>No tiene costo.</p>

15. El inspector de la DIAN efectúa verificación física de la mercancía y de los documentos que sustentan la importación.	El inspector de la DIAN.	1 a 2 horas para la inspección	No tiene costo
16. El empleado del depósito autoriza y queda en libre disposición del importador retirando la mercancía del depósito	El empleado del depósito.	1 hora para la autorización.	Incluida en la tarifa del depósito aduanero.
17. Se cancela factura de bodegajes y servicio de intermediación aduanera y todos los gastos que se ocasionen	Importador.	2 horas.	Según los servicios requeridos.
18. Se legaliza el pago anticipado ante el banco intermediario dentro de los 15 días siguientes a la nacionalización total de la mercancía	Importador.	1 día.	No tiene costo.

5.3 Plan de Producción

Producto	tiempo	cantidad	Cantidad mes
Antirradar GX65	20 días	200 antirradares	200 unidades
Antirradar Vector 995	20 días	300 antirradares	300 unidades

5.4 Recursos materiales y humanos para la producción

5.4.1 Locaciones

<p>LOCACIÓN UBICACIÓN COSTO MENSUAL COSTO SEMANTAL</p> <p>Lugar donde se guardara la mercancía. Cl 49b # 68-74, Centro automotriz. Colombia , Antioquia, Medellín. \$990.000 \$165.000</p> <p>La local cuenta con una bodega de 170 m2 con capacidad para almacenar 1300 antirradares de las 2 referencias.</p> <p>Las condiciones de bodegaje de los antirradares debe ser un espacio libre de humedad, que no esté cerca de ninguna maquinaria pesada y tenga un espacio para poder movilizar las cajas, el arrume es de 15 cajas entre cada arrume se colocara una estiba de plástico</p>			
---	--	--	--

<p>para darle mas soporte y la ubicación no debe tener contacto con el techo.</p>			
---	--	--	--

5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Precio
Computador	1	Exito	\$1.300.000 c/u
Escritorio	1	Flamingo	\$199.900
Impresora laser multifuncional	1	Exito	\$549.000
Silla	1	Exito	\$270.000 c/u
Teléfono	1	Exito	\$200.000 c/u
Archivador	1	Exito	\$270.000
Total			2.788.900

5.4.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Descripción	Cantidades	Proveedores	Costo x unidad
Antirradar GX65	200 unidades	Beltronics	600.000
Antirradar Vector 995	300 unidades	Beltronics	400.000

5.4.4 Requerimientos de servicios.

Descripción	Proveedor	Precio
--------------------	------------------	---------------

Luz	Epm	\$210.000
Telefonía avanzada ilimitado	UNE	\$139.200
Internet banda ancha 4 Mbps	UNE	\$139.084
Mantenimiento equipos de computo cada (4 meses)	Marlon Rendón	\$40.000
TOTAL		\$528.284

5.4.5 Requerimientos de personal.

Cargo	Perfil	Salario	Obligaciones financieras
Director de comercio exterior	Profesional en negocios internacionales, con experiencia de 3 años o más en importaciones y manejo del idioma ingles.	\$1.300.000	Prestaciones sociales: Prima: \$ 682.500 Sub. transp: \$ 65.000 Cesantías: \$ 682.500 Int. Cesant: \$ 6.825 Vacaciones: \$ 54.250 TOTAL: \$ 1.491.075 Seguridad social: EPS: \$110.500 Pensiones: \$156.000 ARP: \$ 6.786 TOTAL:

			\$273.286 Aporte para fiscales: \$117.000 TOTAL: \$117.000
--	--	--	--

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Proceso	¿Qué se hace?	¿Cómo se hace?	¿Con que se hace?	¿Dónde se hace?
Área de dirección general	Gerente: Es quien sabe hacia dónde va la empresa y establece los objetivos de la misma.	Manteniendo unidad en el equipo de trabajo y un ambiente de cordialidad y respeto en la empresa para motivar a los trabajadores.	Basándose en su plan de negocios, sus metas personales y sus conocimientos por lo que toma las decisiones en situaciones críticas.	En la sede donde se encuentra ubicada la empresa.

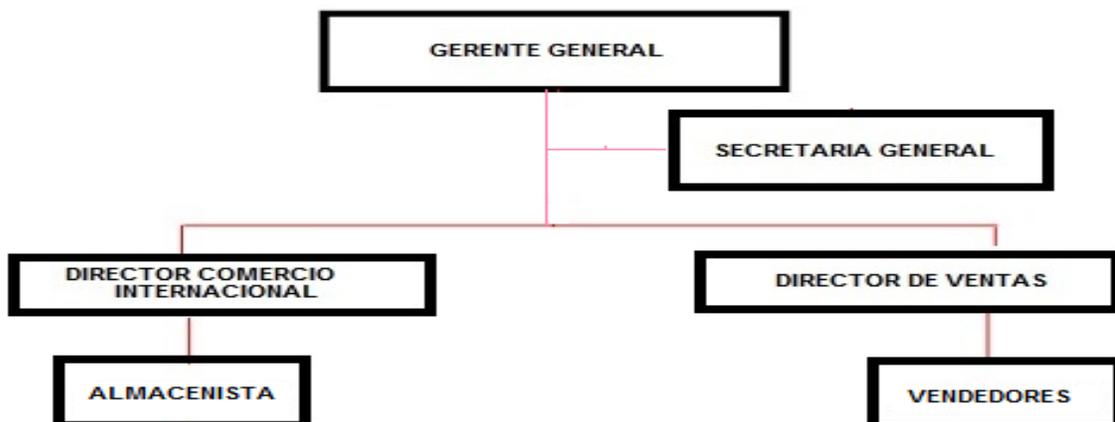
Comercio exterior	Esta área toma en cuenta todo lo relacionado con el funcionamiento de la empresa, a nivel internacional.	Por medio de los contactos adquiridos en el mercado nacional e internacional.	Se hacen con diversos medios como lo son estudios de mercado en diferentes ciudades y apoyados en la página web.	Se realiza en la sede de la empresa.
Área de mercadeo y ventas	<p>Vendedores y publicistas:</p> <p>En esta área se especificarán las funciones, capacidades y cualidades de quien será el responsable y el personal involucrado en la estrategia de mercadeo del negocio, es decir, la publicidad, el diseño del empaque y la marca del producto o servicio, la distribución del mismo y el punto de venta, la promoción y la labor de ventas.</p>	<p>Se hace desarrollando los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Plan de mercadeo. -Estudio de mercado. -Mercado meta. -Segmentación de mercado. -Técnicas de venta. 	Se utilizan todos los resultados arrojados en las investigaciones y para llevarlos a cabo se utilizan medios como computadores, campañas publicitarias.	Se realiza en la sede de la empresa.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Nombre del proceso	Proveedor del servicio	Servicio que prestan	Costos estimados
Outsourcing-procesos administrativos contables	Conexión segura Calle 52 No. 47-28 of 1125 Teléfono: 511-85-41 Edificio LA CEIBA, Medellín, Colombia Cels. 314-631-92-94 / 3117864373/ 300-327-77-76	Empresa prestadora de servicios de asesoría contable, tributaria, auditoría integral, impuestos, contabilidad, auditoría, revisoría fiscal e interventora.	\$ 1.300.000

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Gerente general:

Función básica: supervisar todas las áreas para saber las necesidades de la empresa y decisiones inteligentes que mejoren la situación de esta.

Responsabilidades:

1. informar a la junta la situación de la empresa
2. tomar decisiones prontas inteligentes basadas en un análisis que ayude a coordinar y actualizar las diferentes áreas
3. debe de estar al día en noticias acerca de la competencia y de nuevas formas tecnológicas para elaborar planes de acción y no quedarse rezagados.

Secretaria general:

Función básica: apoyo en las actividades administrativas.

Responsabilidades:

1. Apoyar al gerente general y al director de ventas.
2. Simplificar la información recibida y archivarla para cuando se necesite.
3. Preparar y ordenar la documentación e información relacionada con el pago de impuestos que será enviada al despacho del contador.

Director de ventas.

Función básica: realizar ventas buscando siempre la mejor opción para el beneficio de la empresa.

Responsabilidades:

1. Coordinarse con el gerente general para buscar los mejores nichos del mercado
2. Establecer políticas de ventas.

3. manejar el control de cartera clientes que establezcan las normas que exigen.

Director de comercio internacional.

Función básica: encargarse de las relaciones intencionales para así tener una amplia cadena de proveedores.

Responsabilidades:

1. Solicitar presupuestos a distintos distribuidores y solicitar información sobre las características de los productos.
2. Tomar en cuenta los servicios, políticas de ventas, seriedad, calidad y precio que los proveedores ofrecen.
3. Evaluar la participación en ferias, exposiciones y rondas de negocios.
4. Selección y contratación de agentes comerciales, distribuidores.
5. Control de toda la cadena de distribución física de la mercadería.
6. Seguimiento de todo proceso de exportación.

Almacenista.

Función general: recibir y organizar la mercancía que entra a la empresa

Responsabilidades:

1. Verifica que las características de materiales, suministros que ingresan al almacén se correspondan con la requisición realizada y firma nota de entrega y devuelve copia al proveedor.
2. Codifica la mercancía que ingresa al almacén y la registra en el archivo
3. Elabora guías de despacho y órdenes de entrega y despacha la mercancía solicitada al almacén.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

La oficina estará ubicada en el centro automotriz donde se atenderán todo los clientes.

Locación	Ubicación	Costo mensual	Costo semanal
Oficina general	Cl 49b # 68-74, Centro automotriz. Colombia , Antioquia, Medellín	990.000	165.000

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Precio	TOTAL
computador	2	Exito	\$1.300.000 c/u	\$2.600.000
escritorio	2	Flamingo	\$199.900	\$399.800
Silla	2	Sillas y pupitres	\$270.000	\$540.000
Impresora multifuncional	1	Exito	\$549.000	\$549.000
archivador	1	Exito	\$270.000	\$270.000
teléfono	2	Exito	\$200.000	\$400.000

papelera	2	Sillas y pupitres	\$ 30.000	\$60.000
TOTAL				4.818.000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

➤ Materiales iniciales.

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo	TOTAL
Resma	3	Exito	\$9.900 c/u	\$29.700
lapiceros	1 caja*10	Exito	\$10.000	\$10.000
Portaminas	3	Exito	\$3.000 c/u	\$9.000
Minas 0.7	1 caja *12	Exito	\$13.000	\$13.000
borrador	1 caja *20	Exito	\$6.000	\$6.000
sello	1	Exito	\$30.000	\$30.000
Tinta para sello	1	Exito	\$7.000	\$ 6.000
Tinta cartuchos	1	Inktoner	\$60.000	\$60.000
cosedora	2	Exito	\$6.000	\$12.000
clip	1caja*100	Exito	\$1.000	\$1.000
Ganchos	1 caja*100	Exito	\$3.000	\$3.000
carpetas	10	Exito	\$700	\$7.000
Porta lapiceros	2	Exito	\$10.000 c/u	\$20.000
calculadora	3	Exito	\$25.000 c/u	\$75.000
TOTAL				\$281.700

➤ MATERIALES MENSUALES

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo	TOTAL
Resma	2	Exito	\$9.900c/u	\$19.800
lapiceros	1 caja*10(cada 5 meses)	Exito	\$10.000	\$10.000
Minas 0.7	1 caja *12(cada 4 meses)	Exito	\$13.000	\$13.000
Borrador	1 caja*20 (cada 7 meses)	Exito	\$6.000	\$6.000
clips	1 caja *100 (cada 4 meses)	Exito	\$1.000	\$1.000
carpetas	10	Exito	\$700	\$7.000
ganchos	1 caja *100(cada 2 meses)	Exito	\$ 3.000	\$ 3.000
Tinta cartuchos	2 cartuchos	inktoner	15.000 c/u	\$30.000
TOTAL				\$89.800

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Tipos de seguros	Descripción de seguro
Cobertura de robos	<ul style="list-style-type: none"> • Robo y daños por esta causa • Dinero en efectivo y cheques • Bienes portados por el asegurado, empleados y clientes en el interior del establecimiento.
Cobertura de transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Daños materiales que sufran las mercancías en vehículos propiedad del asegurado.

Incendios Cobertura de robos	<ul style="list-style-type: none"> • Humo. Dinero en efectivo y cheques. Explosión. • Daño a instalaciones propias • Daño a terceros (edificios, vecinos, etc.)
Fenómenos atmosféricos	cobertura total ante fenómenos atmosféricos como: <ul style="list-style-type: none"> • caída de rayos. • Viento.
Daños por Agua	cobertura completa por <ul style="list-style-type: none"> • Lluvia. • Inundación. • todo daño material ocasionado por agua.
Actos vandálicos o malintencionados, acciones tumultuarias y huelgas. daños a cerraduras del local:	<ul style="list-style-type: none"> • Los daños ocasionados por actos malintencionados y vandálicos son muy numerosos en todo establecimiento abierto al público y es necesario asegurar ese riesgo. • Envío de cerrajero urgente.

TOTAL SEGURO: \$ 4.500.000 anual
\$ 375.000 mensual

6.3.5 Requerimientos de personal

Cargo	Perfil	Salario	Obligaciones financieras
-------	--------	---------	--------------------------

Gerente	Administrar la empresa, actúa como representante legal y presenta informes a la junta.	\$1.850.000	<p>Prestaciones sociales</p> <p>prima: \$957.500</p> <p>sub transp: \$</p> <p>65.000</p> <p>cesantías: \$957.500</p> <p>Int cesantías: \$</p> <p>9.575</p> <p>vacaciones: \$</p> <p>77.145</p> <p>TOTAL: \$2.066.720</p> <p>Seguridad social:</p> <p>EPS: \$157.250</p> <p>Pensiones: \$222.000</p> <p>ARP: \$ 9.657</p> <p>TOTAL: \$388.907</p> <p>Aporte para fiscales:</p> <p>\$166.500</p> <p>TOTAL: \$166.500</p>
---------	--	-------------	---

<p>Director de comercio exterior</p>	<p>Profesional en negocios internacionales, con experiencia de 3 años o más en importaciones y manejo del idioma inglés.</p>	<p>\$1.300.000</p>	<p>Prestaciones sociales: Prima: \$682.500 Sub. transp: \$ 65.000 Cesantías: \$682.500 Int. Cesant: \$ 6.825 Vacaciones: \$ 54.250 TOTAL: \$1.491.075</p> <p>Seguridad social: EPS: \$110.500 Pensiones: \$110.500 ARP: \$ 6.786 TOTAL:</p> <p>Aporte para fiscales: \$117.000 TOTAL: \$117.000</p>
--------------------------------------	--	--------------------	---

Auxiliar de mercadeo y ventas	Tecnólogo en mercadeo, con experiencia de 2 años tanto en mercadeo como en ventas, con conocimiento básico del idioma ingles.	\$750.000	Prestaciones sociales: Prima: \$407.337 Sub transp: \$ 65.000 Cesantías: \$407.337 Int cesantias: \$ 4.073 vacaciones: \$ 23.769 TOTAL: \$907.000 Seguridad social: EPS: \$ 63.750 Pensiones: \$ 90.000 ARP: \$ 3.915 TOTAL: \$157.665 Aporte para fiscales: \$ 67.500 TOTAL \$ 67.500
-------------------------------	---	-----------	--

6.4 Programa de administración

ACTIVIDADES PREOPERATIVAS

Actividad	1 Semana	2 Semana	3 Semana	4 Semana
Trámites legales	X	X	X	
Consolidación del local	X	X		
Selección del personal	X	X		
Contratación para el diseño de la web	X	X		
Compra de muebles y enseres	X	X	X	

ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

La Sociedad de Responsabilidad Limitada es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal a las mismas.

Se hace por escritura pública, copia de este debe ser inscrita en la cámara de comercio; en los estatutos se estipulara que la responsabilidad de los socios se limita a sus aportes y que estos han sido pagados íntegramente.

El número de los socios deben ser mínimo 2 máximo 25.

El tiempo definido debe fijarse en la escritura pública, la sociedad podrá continuar con los herederos.

CAUSALES DE DISOLUCIÓN.

- Por vencimiento del término previsto.
- Por imposibilidad de desarrollar la empresa social.
- Por reducción de número de asociados.
- Por aumento del número de socios superior a 25.
- Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria.
- Por decisión de los socios.
- Por decisión de autoridad.
- Por pérdida que reduzcan el patrimonio neto a menos del 50% del capital suscrito.

EL CAPITAL O FONDO SOCIAL

El capital social está dividido en cuotas o partes de igual valor y se pagara íntegramente al constituirse la sociedad o realizar una reforma que implique aumento de capital.

Cuando se aportan bienes, los socios son solidariamente responsables del valor atribuido a ellos en escritura pública.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Certificado o documentos	Entidades	Precio	Tiempo
Consulta de nombre	Cámara de comercio	0	20 minutos
Matricula mercantil	Cámara de comercio	\$1700	2 días
Existencia y representación legal, inscripción de documentos	Cámara de comercio	\$3.500	2 días
Certificados especiales	Cámara de comercio	\$3.500	30 minutos
Formulario para el registro mercantil	Cámara de comercio	\$3.500	1 hora
Minuta	notaria	\$115.000	2 horas
Nit	DIAN	0	3 días
Rut	DIAN	0	3 días
Derechos de matriculas	Cámara de comercio	\$175.000	30 minutos
Registro de libros de comercio	Cámara de comercio	Cada libro tiene valor de \$15.000	30 minutos
Certificado de bomberos	registradora	\$68.500	2 días

Registro de constitución de la empresa	notaria	\$126.000	1 hora
Asesoría trámite legal	empresa	\$125.000	2 días

8 ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Socios	Aportes
Catalina Sossa Urrego	\$ 20.000.000
Alejandra Moreno Ruiz	\$20.000.000
Camilo Botero	\$20.000.000
TOTAL	\$60.000.000

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

ENTIDAD BANCARIOA: BANCOLOMBIA

Monto del Prestamo:	\$ 238.320.103
Intereses (efectivo Mensual):	1,70%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	cuota fija

Requerimientos Financieros	\$ 298.320.103,05
Préstamo Bancario	\$ 238.320.103
Recursos Propios	\$ 60.000.000,05

Tabla de Amortización Prestamo (Mensual)				
--	--	--	--	--

Periodo	Cuota Prestamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 238.320.103
1	\$ 6.367.184	\$	\$	\$

		4.051.442	2.315.742	236.004.361
		\$	\$	\$
2	\$ 6.367.184	4.012.074	2.355.110	233.649.251
		\$	\$	\$
3	\$ 6.367.184	3.972.037	2.395.147	231.254.104
		\$	\$	\$
4	\$ 6.367.184	3.931.320	2.435.864	228.818.240
		\$	\$	\$
5	\$ 6.367.184	3.889.910	2.477.274	226.340.966
		\$	\$	\$
6	\$ 6.367.184	3.847.796	2.519.388	223.821.578
		\$	\$	\$
7	\$ 6.367.184	3.804.967	2.562.217	221.259.361
		\$	\$	\$
8	\$ 6.367.184	3.761.409	2.605.775	218.653.586
		\$	\$	\$
9	\$ 6.367.184	3.717.111	2.650.073	216.003.513
		\$	\$	\$
10	\$ 6.367.184	3.672.060	2.695.124	213.308.389
		\$	\$	\$
11	\$ 6.367.184	3.626.243	2.740.941	210.567.447
		\$	\$	\$
12	\$ 6.367.184	3.579.647	2.787.537	207.779.910
		\$	\$	\$
13	\$ 6.367.184	3.532.258	2.834.926	204.944.984
		\$	\$	\$
14	\$ 6.367.184	3.484.065	2.883.119	202.061.865
		\$	\$	\$
15	\$ 6.367.184	3.435.052	2.932.132	199.129.732
		\$	\$	\$
16	\$ 6.367.184	3.385.205	2.981.979	196.147.754
		\$	\$	\$
17	\$ 6.367.184	3.334.512	3.032.672	193.115.082
		\$	\$	\$
18	\$ 6.367.184	3.282.956	3.084.228	190.030.854
		\$	\$	\$
19	\$ 6.367.184	3.230.525	3.136.660	186.894.194
		\$	\$	\$
20	\$ 6.367.184	3.177.201	3.189.983	183.704.212
		\$	\$	\$
21	\$ 6.367.184	3.122.972	3.244.212	180.459.999
		\$	\$	\$
22	\$ 6.367.184	3.067.820	3.299.364	177.160.635

23	\$ 6.367.184	\$ 3.011.731	\$ 3.355.453	\$ 173.805.182
24	\$ 6.367.184	\$ 2.954.688	\$ 3.412.496	\$ 170.392.686
25	\$ 6.367.184	\$ 2.896.676	\$ 3.470.508	\$ 166.922.178
26	\$ 6.367.184	\$ 2.837.677	\$ 3.529.507	\$ 163.392.670
27	\$ 6.367.184	\$ 2.777.675	\$ 3.589.509	\$ 159.803.162
28	\$ 6.367.184	\$ 2.716.654	\$ 3.650.530	\$ 156.152.632
29	\$ 6.367.184	\$ 2.654.595	\$ 3.712.589	\$ 152.440.042
30	\$ 6.367.184	\$ 2.591.481	\$ 3.775.703	\$ 148.664.339
31	\$ 6.367.184	\$ 2.527.294	\$ 3.839.890	\$ 144.824.449
32	\$ 6.367.184	\$ 2.462.016	\$ 3.905.168	\$ 140.919.280
33	\$ 6.367.184	\$ 2.395.628	\$ 3.971.556	\$ 136.947.724
34	\$ 6.367.184	\$ 2.328.111	\$ 4.039.073	\$ 132.908.651
35	\$ 6.367.184	\$ 2.259.447	\$ 4.107.737	\$ 128.800.914
36	\$ 6.367.184	\$ 2.189.616	\$ 4.177.569	\$ 124.623.346
37	\$ 6.367.184	\$ 2.118.597	\$ 4.248.587	\$ 120.374.758
38	\$ 6.367.184	\$ 2.046.371	\$ 4.320.813	\$ 116.053.945
39	\$ 6.367.184	\$ 1.972.917	\$ 4.394.267	\$ 111.659.678
40	\$ 6.367.184	\$ 1.898.215	\$ 4.468.970	\$ 107.190.709
41	\$ 6.367.184	\$ 1.822.242	\$ 4.544.942	\$ 102.645.767
42	\$ 6.367.184	\$ 1.744.978	\$ 4.622.206	\$ 98.023.561
43	\$ 6.367.184	\$ 1.666.401	\$ 4.700.784	\$ 93.322.777
44	\$ 6.367.184	\$	\$	\$ 88.542.080

		1.586.487	4.780.697	
		\$	\$	
45	\$ 6.367.184	1.505.215	4.861.969	\$ 83.680.112
		\$	\$	
46	\$ 6.367.184	1.422.562	4.944.622	\$ 78.735.490
		\$	\$	
47	\$ 6.367.184	1.338.503	5.028.681	\$ 73.706.809
		\$	\$	
48	\$ 6.367.184	1.253.016	5.114.168	\$ 68.592.641
		\$	\$	
49	\$ 6.367.184	1.166.075	5.201.109	\$ 63.391.531
		\$	\$	
50	\$ 6.367.184	1.077.656	5.289.528	\$ 58.102.003
		\$	\$	
51	\$ 6.367.184	\$ 987.734	5.379.450	\$ 52.722.553
		\$	\$	
52	\$ 6.367.184	\$ 896.283	5.470.901	\$ 47.251.653
		\$	\$	
53	\$ 6.367.184	\$ 803.278	5.563.906	\$ 41.687.747
		\$	\$	
54	\$ 6.367.184	\$ 708.692	5.658.492	\$ 36.029.255
		\$	\$	
55	\$ 6.367.184	\$ 612.497	5.754.687	\$ 30.274.568
		\$	\$	
56	\$ 6.367.184	\$ 514.668	5.852.516	\$ 24.422.051
		\$	\$	
57	\$ 6.367.184	\$ 415.175	5.952.009	\$ 18.470.042
		\$	\$	
58	\$ 6.367.184	\$ 313.991	6.053.193	\$ 12.416.849
		\$	\$	
59	\$ 6.367.184	\$ 211.086	6.156.098	\$ 6.260.751
		\$	\$	
60	\$ 6.367.184	\$ 106.433	6.260.751	\$ 0

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas	Participación del total Ventas	
antirradar GX 65	\$ 154.000.000,8	46,11%
antirradar vector 995	\$ 180.000.000,1	53,89%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 334.000.000,8	100,00%

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual
Equipos de Informatica y Comunicaciones (3 años)	\$ 3.900.000,0	\$ 108.333,3
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 6.247.700,0	\$ 52.064,2
Vehiculos (5 años)	\$ 3.600.000,0	\$ 60.000,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 13.747.700,0	
Total Depreciación Mensual		\$ 220.397,5

Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización
Constitución y registro	\$ 427.200,0	\$ 85.440,0

Salarios	\$ 3.600.000,0	\$ 720.000,0
Publicidad y Promoción	\$ 1.000.000,0	\$ 200.000,0
Gastos de Registro	\$ 141.000,0	\$ 28.200,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 68.500,0	\$ 13.700,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 5.236.700,0	
Toatal Amortización Mensual		\$ 1.047.340,0

CAPITAL DE PTRABAJO

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
--------	-------------------	-------

Costos Variables	30	\$ 255.000.001
Costos Fijos de Producción	60	\$ 6.547.140
Costos Fijos de Administración	60	\$ 9.277.998
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	60	\$ 8.510.564
Total Capital de trabajo Exigible		\$ 279.335.703
INVERSION TOTAL EXIGIBLE		\$ 298.320.103

8.2.2.2 Costos

Total Costos Variables por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	
antirradar GX 65	\$ 600.000,0	200	\$ 120.000.000,6
antirradar vector 995	\$ 450.000,0	300	\$ 135.000.000,0
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)	\$ 255.000.000,6		

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legale

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
	\$
Salarios	2.600.000
Prestaciones Sociales	\$ 780.572
Papelería	\$ 281.700

Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 80.000
Seguros	\$ 375.000
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 100.000
Imprevistos	\$ 421.727
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 4.638.999

Gastos Distribución y Ventas

Salarios	\$ 1.300.000
Prestaciones Sociales	\$ 455.282
Publicidad y Mercadeo	\$ 2.500.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 4.255.282

Gastos Amortización de diferidos

Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual
Equipos de Informatica y Comunicaciones (3 años)	\$ 3.900.000,0	\$ 108.333,3
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 6.247.700,0	\$ 52.064,2
Vehiculos (5 años)	\$ 3.600.000,0	\$ 60.000,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 13.747.700,0	
Total Depreciación Mensual		\$ 220.397,5

Gastos Pre operativos Exigibles	Valor	Amortización
Constitución y registro	\$ 427.200,0	\$ 85.440,0
Salarios	\$ 3.600.000,0	\$ 720.000,0
Publicidad y Promoción	\$ 1.000.000,0	\$ 200.000,0
Gastos de Registro	\$ 141.000,0	\$ 28.200,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 68.500,0	\$ 13.700,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 5.236.700,0	
Toatal Amortización Mensual		\$ 1.047.340,0

8.2.2.4 Gastos Financieros

Monto del Prestamo:	\$ 238.320.103
Intereses (efectivo Mensual):	1,70%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	cuota fija

Requerimientos Financieros	\$ 298.320.103,05
Préstamo Bancario	\$ 238.320.103
Recursos Propios	\$ 60.000.000,05

Tabla de Amortización Prestamo (Mensual)				
Periodo	Cuota Prestamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 238.320.103
1	\$ 6.367.184	\$ 4.051.442	\$ 2.315.742	\$ 236.004.361
2	\$ 6.367.184	\$ 4.012.074	\$ 2.355.110	\$ 233.649.251
3	\$ 6.367.184	\$ 3.972.037	\$ 2.395.147	\$ 231.254.104
4	\$ 6.367.184	\$ 3.931.320	\$ 2.435.864	\$ 228.818.240
5	\$ 6.367.184	\$ 3.889.910	\$ 2.477.274	\$ 226.340.966
6	\$ 6.367.184	\$ 3.847.796	\$ 2.519.388	\$ 223.821.578
7	\$ 6.367.184	\$ 3.804.967	\$ 2.562.217	\$ 221.259.361
8	\$ 6.367.184	\$ 3.761.409	\$ 2.605.775	\$ 218.653.586
9	\$ 6.367.184	\$ 3.717.111	\$ 2.650.073	\$ 216.003.513
10	\$ 6.367.184	\$ 3.672.060	\$ 2.695.124	\$ 213.308.389
11	\$ 6.367.184	\$ 3.626.243	\$ 2.740.941	\$ 210.567.447
12	\$ 6.367.184	\$ 3.579.647	\$ 2.787.537	\$ 207.779.910
13	\$ 6.367.184	\$ 3.532.258	\$ 2.834.926	\$ 204.944.984
14	\$ 6.367.184	\$ 3.484.065	\$ 2.883.119	\$ 202.061.865
15	\$ 6.367.184	\$ 3.435.052	\$ 2.932.132	\$ 199.129.732

		\$	\$	\$
16	\$ 6.367.184	3.385.205	2.981.979	196.147.754
		\$	\$	\$
17	\$ 6.367.184	3.334.512	3.032.672	193.115.082
		\$	\$	\$
18	\$ 6.367.184	3.282.956	3.084.228	190.030.854
		\$	\$	\$
19	\$ 6.367.184	3.230.525	3.136.660	186.894.194
		\$	\$	\$
20	\$ 6.367.184	3.177.201	3.189.983	183.704.212
		\$	\$	\$
21	\$ 6.367.184	3.122.972	3.244.212	180.459.999
		\$	\$	\$
22	\$ 6.367.184	3.067.820	3.299.364	177.160.635
		\$	\$	\$
23	\$ 6.367.184	3.011.731	3.355.453	173.805.182
		\$	\$	\$
24	\$ 6.367.184	2.954.688	3.412.496	170.392.686
		\$	\$	\$
25	\$ 6.367.184	2.896.676	3.470.508	166.922.178
		\$	\$	\$
26	\$ 6.367.184	2.837.677	3.529.507	163.392.670
		\$	\$	\$
27	\$ 6.367.184	2.777.675	3.589.509	159.803.162
		\$	\$	\$
28	\$ 6.367.184	2.716.654	3.650.530	156.152.632
		\$	\$	\$
29	\$ 6.367.184	2.654.595	3.712.589	152.440.042
		\$	\$	\$
30	\$ 6.367.184	2.591.481	3.775.703	148.664.339
		\$	\$	\$
31	\$ 6.367.184	2.527.294	3.839.890	144.824.449
		\$	\$	\$
32	\$ 6.367.184	2.462.016	3.905.168	140.919.280
		\$	\$	\$
33	\$ 6.367.184	2.395.628	3.971.556	136.947.724
		\$	\$	\$
34	\$ 6.367.184	2.328.111	4.039.073	132.908.651
		\$	\$	\$
35	\$ 6.367.184	2.259.447	4.107.737	128.800.914
		\$	\$	\$
36	\$ 6.367.184	2.189.616	4.177.569	124.623.346
		\$	\$	\$
37	\$ 6.367.184			

		2.118.597	4.248.587	120.374.758
		\$	\$	\$
38	\$ 6.367.184	2.046.371	4.320.813	116.053.945
		\$	\$	\$
39	\$ 6.367.184	1.972.917	4.394.267	111.659.678
		\$	\$	\$
40	\$ 6.367.184	1.898.215	4.468.970	107.190.709
		\$	\$	\$
41	\$ 6.367.184	1.822.242	4.544.942	102.645.767
		\$	\$	\$
42	\$ 6.367.184	1.744.978	4.622.206	\$ 98.023.561
		\$	\$	\$
43	\$ 6.367.184	1.666.401	4.700.784	\$ 93.322.777
		\$	\$	\$
44	\$ 6.367.184	1.586.487	4.780.697	\$ 88.542.080
		\$	\$	\$
45	\$ 6.367.184	1.505.215	4.861.969	\$ 83.680.112
		\$	\$	\$
46	\$ 6.367.184	1.422.562	4.944.622	\$ 78.735.490
		\$	\$	\$
47	\$ 6.367.184	1.338.503	5.028.681	\$ 73.706.809
		\$	\$	\$
48	\$ 6.367.184	1.253.016	5.114.168	\$ 68.592.641
		\$	\$	\$
49	\$ 6.367.184	1.166.075	5.201.109	\$ 63.391.531
		\$	\$	\$
50	\$ 6.367.184	1.077.656	5.289.528	\$ 58.102.003
		\$	\$	\$
51	\$ 6.367.184	\$ 987.734	5.379.450	\$ 52.722.553
		\$	\$	\$
52	\$ 6.367.184	\$ 896.283	5.470.901	\$ 47.251.653
		\$	\$	\$
53	\$ 6.367.184	\$ 803.278	5.563.906	\$ 41.687.747
		\$	\$	\$
54	\$ 6.367.184	\$ 708.692	5.658.492	\$ 36.029.255
		\$	\$	\$
55	\$ 6.367.184	\$ 612.497	5.754.687	\$ 30.274.568
		\$	\$	\$
56	\$ 6.367.184	\$ 514.668	5.852.516	\$ 24.422.051
		\$	\$	\$
57	\$ 6.367.184	\$ 415.175	5.952.009	\$ 18.470.042
		\$	\$	\$
58	\$ 6.367.184	\$ 313.991	6.053.193	\$ 12.416.849

			\$	
59	\$ 6.367.184	\$ 211.086	6.156.098	\$ 6.260.751
			\$	
60	\$ 6.367.184	\$ 106.433	6.260.751	\$ 0

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
			\$		\$
+ Ingresos por venta		\$ 334.000.001	334.000.001	334.000.001	334.000.001
			\$		\$
- Costos variables		\$ 255.000.001	255.000.001	255.000.001	255.000.001
			\$		\$
- Costos fijos	\$ 0	\$ 12.167.851	12.167.851	12.167.851	12.167.851
Costos fijos de Producción		\$ 3.273.570	\$ 3.273.570	\$ 3.273.570	\$ 3.273.570
Costos fijos de Administración		\$ 4.638.999	\$ 4.638.999	\$ 4.638.999	\$ 4.638.999
Costos fijos de comercialización y		\$ 4.255.282	\$ 4.255.282	\$ 4.255.282	\$ 4.255.282

ventas					
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	1.267.738
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 4.051.442	\$ 4.012.074	\$ 3.972.037	3.931.320
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 61.512.970	61.552.337	61.592.374	61.633.092
- Impuestos	\$ 0	\$ 202.993	\$ 203.123	\$ 203.255	\$ 203.389
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 61.309.977	61.349.215	61.389.119	61.429.703
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	1.267.738
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	238.320.103	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	238.320.103				
Recuperación Capital de trabajo					
Valor de Salvamento					
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	298.320.103	\$ 2.315.742	\$ 2.355.110	\$ 2.395.147	2.435.864
Activos Fijos	\$ 13.747.700				
Pago Credito (Capital)		\$ 2.315.742	\$ 2.355.110	\$ 2.395.147	2.435.864
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 5.236.700				
Capital de Trabajo	279.335.703				
FLUJO DE CAJA	-\$ 60.000.000	\$ 60.261.972	\$ 60.261.842	\$ 60.261.710	\$ 60.261.576

Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10
\$ 334.000.001	\$ 334.000.001	\$ 334.000.001	\$ 334.000.001	\$ 334.000.001	\$ 334.000.001
\$ 255.000.001	\$ 255.000.001	\$ 255.000.001	\$ 255.000.001	\$ 255.000.001	\$ 255.000.001
\$ 12.167.851	\$ 12.167.851	\$ 12.167.851	\$ 12.167.851	\$ 12.167.851	\$ 12.167.851
\$ 3.273.570	\$ 3.273.570	\$ 3.273.570	\$ 3.273.570	\$ 3.273.570	\$ 3.273.570
\$ 4.638.999	\$ 4.638.999	\$ 4.638.999	\$ 4.638.999	\$ 4.638.999	\$ 4.638.999
\$ 4.255.282	\$ 4.255.282	\$ 4.255.282	\$ 4.255.282	\$ 4.255.282	\$ 4.255.282
\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738
\$ 3.889.910	\$ 3.847.796	\$ 3.804.967	\$ 3.761.409	\$ 3.717.111	\$ 3.672.060
\$ 61.674.501	\$ 61.716.615	\$ 61.759.445	\$ 61.803.002	\$ 61.847.301	\$ 61.892.352
\$ 203.526	\$ 203.665	\$ 203.806	\$ 203.950	\$ 204.096	\$ 204.245
\$ 61.470.976	\$ 61.512.950	\$ 61.555.638	\$ 61.599.052	\$ 61.643.204	\$ 61.688.107
\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738	\$ 1.267.738
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 2.477.274	\$ 2.519.388	\$ 2.562.217	\$ 2.605.775	\$ 2.650.073	\$ 2.695.124
\$ 2.477.274	\$ 2.519.388	\$ 2.562.217	\$ 2.605.775	\$ 2.650.073	\$ 2.695.124
\$ 60.261.439	\$ 60.261.300	\$ 60.261.159	\$ 60.261.015	\$ 60.260.869	\$ 60.260.720

Mes 11	Mes 12
\$ 334.000.001	\$ 334.000.001
\$ 255.000.001	\$ 255.000.001
\$ 12.167.851	\$ 12.167.851
\$ 3.273.570	\$ 3.273.570
\$ 4.638.999	\$ 4.638.999
\$ 4.255.282	\$ 4.255.282
\$ 1.267.738	\$ 1.267.738
\$ 3.626.243	\$ 3.579.647
\$ 61.938.169	\$ 61.984.765
\$ 204.396	\$ 204.550
\$ 61.733.773	\$ 61.780.215
\$ 1.267.738	\$ 1.267.738
\$ 0	\$ 283.107.253
	\$ 279.335.703
	\$ 3.771.550
\$ 2.740.941	\$ 2.787.537
\$ 2.740.941	\$ 2.787.537
\$ 60.260.569	\$ 343.367.668

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

	CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3
+	Ingresos por concepto de Ventas	334.000.001	334.000.001	334.000.001
-	Costo Variables	255.000.001	255.000.001	255.000.001
-	Costos Fijos Producción	3.273.570	3.273.570	3.273.570
-	Gastos Depreciación	220.398	220.398	220.398
=	Utilidad Bruta en Ventas	75.506.033	75.506.033	75.506.033
-	Costos fijos de Administración	4.638.999	4.638.999	4.638.999
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	4.255.282	4.255.282	4.255.282
-	Amortización de diferidos	1.047.340	1.047.340	1.047.340
=	Utilidad Operativa	65.564.411	65.564.411	65.564.411
+	Otros Ingresos	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	65.564.411	65.564.411	65.564.411
-	Impuestos	216.363	216.363	216.363

=	UTILIDAD NETA	65.348.049	65.348.049	65.348.049
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	65.348.049	65.348.049	65.348.049
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	65.348.049	136.696.038	196.044.197

	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
	334.000.001	334.000.001	334.000.001	334.000.001	334.000.001
	255.000.001	255.000.001	255.000.001	255.000.001	255.000.001
	3.273.570	3.273.570	3.273.570	3.273.570	3.273.570
	220.398	220.398	220.398	220.398	220.398
	75.506.033	75.506.033	75.506.033	75.506.033	75.506.033
	4.638.999	4.638.999	4.638.999	4.638.999	4.638.999
	4.255.282	4.255.282	4.255.282	4.255.282	4.255.282
	1.047.340	1.047.340	1.047.340	1.047.340	1.047.340
	65.564.411	65.564.411	65.564.411	65.564.411	65.564.411

0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
65.564.41 1	65.564.411	65.564.411	65.564.411	65.564.41 1
216.363	216.363	216.363	216.363	216.363
65.348.04 9	65.348.049	65.348.049	65.348.049	65.348.04 9
0	0	0	0	0
65.348.04 9	65.348.049	65.348.049	65.348.049	65.348.04 9
261.392.1 96	326.740.245	392.088.294	457.436.342	522.784.3 91

Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
255.000.001	255.000.001	255.000.001	255.000.001
3.273.570	3.273.570	3.273.570	3.273.570
220.398	220.398	220.398	220.398
75.506.033	75.506.033	75.506.033	75.506.033
4.638.999	4.638.999	4.638.999	4.638.999
4.255.282	4.255.282	4.255.282	4.255.282
1.047.340	1.047.340	1.047.340	1.047.340
65.564.411	65.564.411	65.564.411	65.564.411
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
65.564.411	65.564.411	65.564.411	65.564.411
216.363	216.363	216.363	216.363
65.348.049	65.348.049	65.348.049	65.348.049
0	0	0	0
65.348.049	65.348.049	65.348.049	65.348.049
255.000.001	255.000.001	255.000.001	255.000.001
588.132.440	653.480.489	718.828.538	784.176.587

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	2,50%
Valor Presente Neto	768.651.853
Tasa Interna de Retorno	100,52%

8.4.2 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	2,50%
Valor Presente Neto	842.881.449
Tasa Interna de Retorno	79,87%

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	10,00%
Tasa de Retorno	2,50%
Valor Presente Neto	1.110.130.581
Tasa Interna de Retorno	155,93%

